

基础 咨询学

焦玉英

编著

5

武汉大学出版社

咨询学基础

焦玉英 编著

武汉大学出版社

(1991·武昌)

70-278

内 容 提 要

本书全面阐述了咨询学的学科性质、对象、内容和研究方法；咨询学与相关学科的关系；国内外咨询产业的发展概况及现代咨询产业的行业性质；咨询业务的类型；咨询服务的程序和方法；咨询机构管理的理论与方法；咨询成果及其评价方法；咨询人才的培养；咨询情报与咨询工具；咨询在企业管理与技术引进管理实践领域的应用等。

本书内容丰富、资料翔实，书中附有大量图解、表格和实用计算公式，具有较强的可读性和可操作性。

本书可作为情报专业、图书馆学专业、发行专业、档案管理专业，以及经济管理等专业的教材，也可供图书情报单位及工业企业、商业企业的广大管理人员阅读参考。

咨 询 学 基 础

焦玉英 编著

*

武汉大学出版社出版发行

(430072 武昌 珞珈山)

武汉市汉桥印刷厂印刷

*

850×1168 1/32 9.625印张 244千字

1992年11月第1版 1992年11月第1次印刷

印数：1—2000

ISBN 7-307-00891-2/G·146

定价：3.00元

序

处在信息化社会的今天,作为人类社会现象的咨询活动已经渗透到社会生活的各个领域,并且逐渐发展成为当代社会中对政治、经济、科学、技术有着重大影响的新兴产业。现代咨询业在我国是70年代末才起步,经过10多年的努力,特别是随着我国改革开放的深入发展,目前我国咨询业已初具规模,咨询机构发展迅速,多种层次、多种类型的咨询机构及其活动几乎遍及全国,初步形成了咨询服务体系,建立了一支有一定数量水平比较高的咨询队伍,海外咨询也有所开展,咨询工作手段现代化有了进展,这些说明我国咨询业正处于蓬勃发展之中。

随着现代咨询业的迅速发展,指导咨询实践活动的理论与方法的探讨日益成为国内学术界关注的重要课题。为了适应当前我国政治、经济、文化、科学技术的发展,以及情报科学专业教学的急需,焦玉英同志近年来注意国内外关于咨询学的研究动向,刻意搜集有关这方面的资料,认真进行思考和探索,写成了《咨询学基础》这部著作,这是作者近年来科学研究和教学实践的结晶。

作者注意从理论与实践的结合上全面系统地阐述了咨询学的基本理论、原则和方法,国内外咨询业发展概况及现代咨询产业的行业性质,在阐述咨询业务的种类、咨询服务的程序、咨询管理理论与方法、咨询成果的评价、咨询人才的培养等问题的同时,特别注意论述企业管理咨询和技术引进管理咨询的理论与方法。作者一方面注意从理论上叙述咨询在其形成和发展过程中出现的各种观点和认识,同时强调咨询理论与方法在实践领域中的应用。本书

内容新颖,资料翔实,结构得体,在叙述中增加了大量的图解和表格,大大地增强了本书的可读性。总之,这是一部系统性和实用性较强的《咨询学基础》教材,适合情报学专业、图书馆学专业、出版发行管理类专业、档案学专业的教学需要,深信本书的公开出版,必将对提高咨询学的教学水平,加速现代咨询学研究产生积极的影响。

彭斐章

1991. 12. 于珞珈山

前 言

《咨询学基础》是武汉大学图书情报学院专业课教材。

随着现代咨询产业的蓬勃发展,关于指导咨询实践活动的理论与方法的研究日益得到学术界的重视和关注。1986年以来,编著者应教学之需,曾在情报专业本科生和研究生中分别作了咨询理论与方法研究的专题讲座。经过几年的科研与教学实践,结合国内外咨询实践活动中的各种实际问题,编写出了这本教材。

本书由三部分共十一章组成。第一部分包括前三章,主要从理论上阐述了咨询作为人类社会普遍存在的社会现象在其发生、发展过程中形成的各种观点和认识。如咨询概念的界定,咨询性质的论述,咨询业务的分类,咨询与科学决策体制的关系,咨询作为一门独立学科的属性、研究对象、内容和方法,以及咨询产业的行业性质等。第二部分包括第四章至第九章,主要从两个方面论述了咨询的方法:一是从咨询立项到咨询成果形成过程中常采用的技术和方法,包括调查研究方法、智囊方法、系统分析方法、可行性研究方法、预测方法、咨询成果评价方法等;二是作用于咨询系统内外环境机制的方法,如咨询政策的导向、咨询机构的管理、咨询立法、咨询人才的培养、咨询情报与咨询工具的利用方法等。第三部分包括第十、十一两章,主要从实用的角度出发阐述了企业管理咨询和技术引进管理咨询的理论与方法。

编著者在撰写本书过程中,曾得到武汉大学图书情报学院院长彭斐章教授,情报科学系严怡民教授、王昌亚教授、马费成教授的热情支持和帮助。雷春鸣老师提出过宝贵的意见。彭院长特为

本书作序。中国科协咨询中心主任工程师王月坡同志、湖北省科协咨询中心吴丽同志提供了参考资料。武汉大学建筑设计所高级工程师杨修成为本书制作图解。武汉大学出版社何皓同志在任务十分繁忙情况下欣然接受本书的责编工作,为本书的出版付出了辛勤的劳动。

在本书出版之际,我向上述各位专家、学者和同仁给予的支持和帮助表示诚挚的感谢。

咨询学是一门新兴的学科。书中涉及的一些问题尚处于探索和发展阶段,加之本人水平有限,其中难免疏漏甚至错误之处,恳请读者批评指正。

焦玉英

1991. 11 于武汉大学

目 次

第一章 绪 论.....	1
第一节 咨询的由来与发展.....	3
第二节 咨询研究的性质	12
第三节 咨询业务的类型	15
第四节 咨询与科学决策体制	20
第二章 咨询学研究	25
第一节 咨询学的软科学属性	26
第二节 咨询学研究对象、内容和方法.....	29
第三节 咨询学与相关学科	34
第三章 现代咨询产业及其性质	38
第一节 国外咨询产业概况	38
第二节 我国科技咨询业的兴起与发展	48
第三节 现代咨询产业的性质	59
第四章 咨询服务的程序	66
第一节 委托方选择咨询方的程序	66
第二节 咨询机构的服务程序	67
第三节 咨询合同	71
第四节 咨询报告	75

第五章 咨询服务方法	83
第一节 调查研究方法	83
第二节 系统分析方法	96
第三节 模型方法	103
第四节 可行性研究方法	106
第五节 预测方法	109
第六章 咨询人才的培养	124
第一节 咨询人才的素质	124
第二节 咨询人才的结构	128
第三节 咨询人才的培养	132
第四节 咨询人员的道德规范和工作准则	137
第七章 咨询管理研究	144
第一节 咨询管理的原则	144
第二节 咨询管理的内容和方法	148
第三节 咨询立法	154
第四节 咨询收费及其计算方法	156
第八章 咨询成果评价	160
第一节 咨询成果的特点	160
第二节 咨询成果评价指标体系	162
第三节 咨询成果评价的步骤	164
第四节 咨询成果评价的方法	168
第九章 咨询情报与咨询工具	181
第一节 咨询情报的类型	181
第二节 咨询情报工具	188
第三节 商业与技术经济信息数据库选介	198

第四节	现代咨询工具——专家咨询系统·····	204
第十章	企业管理咨询实践研究·····	210
第一节	企业经营战略咨询·····	211
第二节	企业生产管理咨询·····	229
第三节	企业市场营销管理咨询·····	238
第四节	企业劳动人事管理咨询·····	261
第五节	企业质量管理咨询·····	270
第六节	企业内部管理信息系统的咨询·····	274
第十一章	技术引进管理咨询·····	282
第一节	技术与技术引进·····	283
第二节	技术引进管理咨询的内容与方法·····	284
第三节	技术引进咨询的程序·····	294
	主要参考资料目录·····	297

第一章 绪 论

现代科学技术是社会生产力中最活跃的和决定性的因素。随着世界新技术革命的蓬勃发展，科学技术日益渗透到社会物质生活和文化生活的各个领域，成为提高劳动生产率的重要源泉和建设现代文明的重要基石。

由于现代科学、技术和生产的高速发展，一些有关科学、经济、社会的重大决策问题，其复杂程度远远超出了任何管理者个人的智慧和才能的范围，需要跨学科、跨行业，组织各方面的专家，利用集体的智慧，运用自然科学和社会科学各个领域的知识，进行系统分析和综合研究，才能提出满意的方案和作出科学的决策。咨询业正是适应这种需要应运而生的，一大批咨询机构也相继出现。这些机构的最大特点是，它们本身不直接从事科学技术的理论与实验研究，而是靠专家运用自己的知识、智力、经验、阅历，探索科技、经济、社会发展中的各种问题，为决策提供预测、规划、协调、管理方案或建议，因此，被人们称为“智囊团”、“思想库”和软科学组织机构。

第二次世界大战以来，决策科学的重要性被无数事例所证实，因而各国都竞相发展咨询业。据有关材料报道，1975年美国已有各种类型咨询机构5300多家，英国1400多家，法国1000家左右，联邦德国120多家，日本500多家。从这些咨询机构的功能看，有分布于各国政治、军事、经济、外交领域，专门为领导人决策作顾问和参谋的政策性研究机构，如美国的世界观察研究所，经济发展委员会；加拿大的公共政策研究所；英国内阁和议会中附设

的科技咨询委员会；日本的学术会议和经济研究中心等。有专门接受政府、民间团体、企业的委托，开展课题内容广泛的咨询研究的实体，如美国的兰德公司，斯坦福国际咨询研究所；日本三菱综合研究所；联邦德国的系统工程与技术革新研究所等。有以协会和研究会为依托的团体性咨询机构，如原联邦德国工程师协会技术中心。还有专门为工商企业服务的纯盈利性咨询企业等等。从咨询从业人数看，美国 1975 年咨询人员逾 10 万，英国 1984 年有咨询工程师 1.5 万，法国 30 家大型咨询企业中共有职工 17000 人。从咨询业创造的经济价值和效益看，美国咨询企业年营业额在 300 亿美元以上，英国 1978 年咨询收入达 4 亿英镑，法国 1975 年咨询收入约 5 亿美元，日本年营业额约 1.1 亿美元。

我国咨询产业从 80 年代初兴起，在短短的 10 年时间内从无到有逐步壮大。目前在全国范围内基本上形成了以中国科协咨询系统为中心的咨询产业队伍和咨询服务网络。据国务院政策法规司和北京科学技术情报所调查，截至 1989 年，全国已有咨询机构 3.3 万余家，从业人数达 69 万。咨询年营业额由 1985 年近 30 亿元增长到 1989 年的近 83 亿元。我国上海市近 10 年来共完成咨询项目达 10 万余项，近 4 年来咨询业总收入约 6.74 亿元。咨询机构在决策咨询，中小企业诊断，扶贫老、少、边区等方面取得了显著的成果。例如，1980 年，中国科协组织有关学科的专家、教授，对安徽省煤炭资源和皖西自然资源的综合开发和利用进行了全面考察，提出了系统的建议方案，并对方案进行了论证。其结果，使两淮煤矿的建设周期比原计划缩短了一年，并多产煤 8060 万吨。

综上所述，咨询业以其多样化的组织形式，广泛的服务内容，庞大的从业人数，以及所创造的巨大经济价值和显著的社会效益令世人刮目相看，并成为现代社会的一个重要的产业部门。

人们在长期的咨询实践中积累了丰富的咨询经验，创造了一些科学咨询方法和手段，如可行性分析方法，智囊方法，尤其是

系统分析方法和有关的预测方法在咨询研究中应用十分普遍并卓有成效。计算机和现代通讯技术为咨询的科学化提供了全新的方法和手段。人工智能技术的引入，使集推理、演绎功能于一身的高度组织化的决策支持系统实施于战略咨询过程之中。这一切表明，现代科学技术加速了咨询业自身科学化的进程。

咨询业是一项新兴的事业，它在发展过程中出现了不少急需解决的问题。如咨询业在我国尚未引起决策领导人的普遍重视；咨询业作为决策重要组成部分的法定程序尚未形成；建立象国外那样的咨询研究实体的条件还不成熟；还没有一套系统、完善的咨询管理制度；咨询队伍不够稳定，人员素质不高；咨询的方法和手段还比较落后等等。这些问题的解决不仅需要国家给予政策上的支持，也为咨询自身的科学化提出了现实的研究课题，本书正是围绕这些课题而开展探讨和研究的。

第一节 咨询的由来与发展

一、咨询的基本概念

咨询自古有之，它存在于人类整个发展历史的全部活动之中，小至家庭、个人生活，大到一个企业、一个城市、一个国家，都离不开咨询。

什么是咨询？咨询即咨取、商量、访问；汉语中的咨询还含有询问、征询、谋划、商议、访求的意思；与之相应的英文为 consult 或 consultation，俄文为 консультация，即会谈、质疑、磋商的意思。国外还有人从行为学的观点出发，将咨询称作是一种“介入”和“干预”。在日本，人们称咨询为“诊断”。

随着人类咨询实践活动的不断深入，咨询概念的内涵也有所扩大和延伸，较有代表性的大致有下列几种观点：

1. “咨询是知识的‘扩大再生产’”。它是科研人员头脑中已有

的知识储备的反复应用，是科技内涵上的一种开发过程。”（康军：咨询业浅论，《情报科学》1984，5（1））

2. “咨询是信息有针对、有目的地传递和反馈的过程。”（于雄：咨询学略论，《情报科学》1986，7（1））

3. “咨询是情报、信息的交流。从广义角度来说，咨询过程就是信息加工的过程，是一种信息的活动，即开发、加工、选择和利用社会的信息资源。”（金良浚：《咨询概论》第4页，浙江教育出版社1987年出版）

4. “咨询业务是根据用户的需要，提供知识、经验、技术、技能的一种服务行业，它与普通的劳务、代理、中间人等服务有所不同。它以专门的知识和技术作为手段，协助用户解决各种复杂问题。”（张培德：国外咨询业务概况，《情报学报》1982（1））

5. 咨询是咨询方（即咨询专家或咨询机构）根据委托方（即政府机关、社会团体、企事业单位乃至个人等）提出的要求，以其专门的知识、信息、技能和经验，运用科学的方法和手段，进行调查、研究、分析、预测、对策，客观地提供最佳的或几种可供选择的方案（或建议、报告等），帮助委托方解决复杂问题的服务。”（崔槐青：论现代咨询的特点与功能，《科学学与科学技术管理》1986（7））

6. “咨询在本质上是一项参谋性的服务工作。这就是说，咨询顾问不是受聘来管理机构或代表处在困窘状态的管理人员作出微妙的决定的，而是提供建议的人。他们的职责是要提出高质量、完善的建议，客户要承担采纳这种建议所产生的一切后果。”（国际劳工局、中国企业管理咨询咨询公司译：《管理咨询专业指南》第6页。）

7. “现代咨询的概念是：智囊团或思想库接受委托，就重要决策事项进行研究，提出科学的建议或比较方案，供委托人决策选择。”（兰之善：《现代咨询》第25页，武汉大学出版社1986年出版）

8. “咨询不能仅仅理解为一种工作、产业或过程，还应当理解为一种人类的本能，理解为人类获取、传递和反馈信息的主动能力。”（卢绍君：《咨询学结构的理论研究》，硕士论文第17页，1987）

9. “咨询业的出现，是社会进步的表现。……它对决策者的才智、经验和智慧是必要的补充，是各级决策者解决复杂问题，进行正确决策所必不可少的参谋机构。”（王开春等：《决策与咨询》第632页，辽宁人民出版社1989年出版）

上述几种观点从不同侧面揭示了咨询概念的内涵。从广义的角度看，咨询是人类不断获取知识和信息求生存的一种本能，这种本能决定了咨询是无所不在的，它是人类社会普遍存在的社会现象。从现代咨询进入经济领域看，咨询是一种服务性产业，它以专门的知识、信息、技能和经验为资源，帮助用户解决各种复杂难题，提供解决某一问题的建议或方案，或为领导决策提供参谋性意见。或者说，咨询是一项提供与实际管理问题有关的专业知识和技术的服务性工作。

二、咨询的发展阶段

纵观历史进程，咨询的发展往往与一定的社会环境、生产力，以及与之相应的决策体制有关。

在生产手段落后，以消耗自然资源为主的农业及手工业社会，经济发展的因素主要靠劳力（人）和环境（天）。人们在改造自然与社会物质生产中，总会碰到这样或那样的问题。有些问题可以凭个人经验和知识解决，有的则要请教他人，于是就产生了咨询需求和满足以传递与个人生存有关的知识和信息为主的咨询活动。其咨询方式比较原始，如古代人的结绳记事，以手势传递和交流生产经验。帝王将相为实行个人独裁统治和巩固自己的权势地位，常常寻觅天下奇才，充当“谋士”、“食客”、“军师”和“谏臣”。我国战国时期的四公子孟尝君、信陵君、春申君、平原

君就收养了一大批食客，为其四处游说，出谋划策。可见那时的咨询活动已有了一定的规模。

国外最早的咨询工作出现在军队中。17世纪30年代，瑞典国王古斯塔夫二世在他的军队中设置了咨询助手，为他出主意。19世纪初，普鲁士将军香霍斯特在军队进行了体制改革，建立了参谋部制，用集体智慧帮助统帅进行决策。接着，咨询活动进入了政治领域。1828年就任美国总统的杰克逊任用了一些智囊人物当顾问，这些人虽然没有官衔，却深受信任。杰克逊常和他们在白宫的厨房内讨论国事，决定大政方针。这些都是在特定历史条件下辅助决策的咨询人物或咨询机构。

随着工业社会的到来，社会生产规模不断扩大，经济发展的主要因素靠资金和劳动力。由于大生产因素复杂，少数资本家所实行的家长式经验决策常常导致企业经营管理失误。于是，一部分懂得生产技术的“硬”专家开始参与决策，协助资本家管理企业。这就是初步的科学决策阶段。

上述咨询活动称为经验咨询或传统咨询。其特点是靠发挥个人才能，凭经验行事，而且都隶属于某个领导者，有较大的局限性。

现代咨询以进入经济领域为标志。尤其是在第二次世界大战之后，美国、西欧、日本等国相继成立各种类型的咨询机构。这些咨询机构专门提供经验、技术、培训、设计等咨询服务，协助企业或个人解决复杂问题，为决策提供科学依据。因此被人们称为“智囊团”、“思想库”或“软件企业”。当今，咨询业不仅普遍存在于政治、军事、外交、经济、文化教育和科学研究的各个领域，而且渗透到人类活动的每一个角落。

现代咨询按其历史进程和活动内容，可分成四个发展阶段：

1. 个体咨询阶段

最早的个体咨询业，要算英国建筑学家约翰·斯梅顿于1918年建立的“英国土木工程师学会”，以及尔后成立的其他一些土木

建筑事务所。这些个体咨询业仅仅是学术团体，不具有法人资格。它们组织起来的目的是，为了在大型工程项目中采取联合行动，提高咨询效益。

2. 集体咨询阶段

20 世纪初以来，个体咨询业已不能满足日益扩大的经济建设的需求。于是，在发达资本主义国家先后成立了一些类似咨询功能的机构，如公司委员会，科学技术研究机构，生产经营部门等。这些机构大都具有法人资格，有独立经营的能力，以集体研究方式开展咨询活动。

3. 综合咨询阶段

随着科学技术的迅速发展，社会经济活动因素日益复杂。对于各层次的决策者来说，要驾驭这种局面越来越困难了。在这种形势下，出现了更高层次的综合咨询企业。如美国的兰德公司，斯坦福综合研究所，日本的野村综合研究所等。它们属于咨询研究实体，其研究人员均是一专多能的专家、学者。他们所开展的咨询活动与上一阶段相比，有明显的不同。即开始从专业咨询发展到综合咨询；从战术咨询发展到战略咨询；研究的领域由军事、政治发展到科技、经济、文化、教育等各个方面。具体服务内容包括：为国家、地区或企业发展战略及各种战略性问题提供方案；为科技、经济、社会发展长远规划的编制提供发展水平动向和预测性综合意见；为资源综合开发、环境保护、建设项目进行可行性研究和技术经济论证等。综合咨询代表着现代咨询业的发展方向。

4. 国际合作咨询阶段

几乎与第三阶段发展的同时，开始出现国际合作咨询。著名的“国际应用系统分析研究所”，“斯德哥尔摩国际和平研究所”等机构，就是开展国际合作咨询研究的实体。它们的目的，是通过联合世界或区域范围内的力量，围绕全人类共同面临的诸如人口、能源、环境、生态等课题开展研究，提出战略性意见或咨询报告。